浅谈小程序在媒体的应用

摘　要：微信小程序于 2017 年 1 月 9 日凌晨正式发布上线，从刚发布时的大众吹捧，到现在慢慢开始有质疑的声音出现，头顶“微信太子”光环的小程序注定要成为公众的焦点。小程序到底是什么？它可以干什么？对于传统媒体，小程序是否有合适的应用场景？本文试图为大家抛砖引玉。

关键词：微信；小程序；传统媒体

中图分类号：G203　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）12-120-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.02.036

■文 / 肖卓明　吴　娴

1. 微信小程序来了

2017 年 1 月 9 日凌晨，微信小程序正式上线，甫一发布，便引发互联网从业者圈的关注热议。小程序是到底什么东西，有如此大的能量引发广泛关注？微信之父张小龙这样解释：微信小程序是一种比我们现有的所有 APP 更加灵活、更加唾手可得的一种形态。我们可以这样认为——小程序是运行于微信之上的一种移动端应用。张小龙特意将小程序与 APP 来作比较，更加突显出小程序的应用形态。小程序跟一般的 APP 应用又有所不同，张小龙在微信公开课中提到的小程序——无须安装、触手可及、用完即走、无须卸载。其中无须安装、无须卸载与 APP 应用存在很大的差异。把微信看作一个移动互联网时代的浏览器，那么小程序就是一个网站。不同的是，微信是没有地址栏这一说法的，在微信里面打开小程序，不能靠输入网址，而是必须通过搜索或是扫描二维码，或是通过群成员分享到微信群的小程序分享页。

小程序既然是一种移动端应用，那么它跟 H5、APP 又有什么不同？

2. 小程序、H5 与 APP

从产品使用的角度上来看，小程序需要通过微信来访问（安卓用户可以直接打开）；H5 应用可以通过任何支持 Html5 协议的浏览器来访问；APP 需要下载安装后才能使用。

从产品获取的角度上来看，小程序需要在微信里通过搜索或是扫描二维码获得，也可以通过群成员的分享获得；H5 应用本质上是一个网页链接，可以挂在公众号的菜单里，也可以挂在网站上，也可以分享到朋友圈或是微信群、QQ 群等社交工具或平台上；APP 需要从应用市场下载安装。

从产品体验的角度上来看，毫无疑问，原生 APP 的产品体验是最好的，打开方便，加载速度快，响应及时，可以实现绝大多数的功能需求，针对某些特定的功能模块可以离线使用；H5 在面对复杂的业务逻辑或丰富的页面交互时，体验不是很好，总体体验效果不如 APP；小程序由于使用了微信的解析器，并且可以通过微信提供的接口获得更多的系统与底层硬件权限，体验比 H5 要好，但是跟原生 APP 比起来还是有一定的距离。

从运行平台的角度上来看，小程序运行于微信之上，只有安装了微信的手机才能使用；H5 是跨平台的，只要有支持 HTML5 协议的浏览器就能使用，HTML5 协议已经被大多数主流浏览器支持，并且大多数移动终端都默认安装了支持 HTML5 协议的浏览器；APP 直接运行在操作系统之上，但需要注意手机操作系统存在多个版本。

从产品开发的角度上来看，后端的开发基本上没有太大区别，区别主要在前端的开发上。小程序的开发使用微信自定义的开发语言，由 WXML（微信标记语言）+WXSS（微信样式表）+JS 组成；H5 应用的开发主要使用 HTML5+CSS+JS；APP 的开发主要分为 Android 和 IOS，Android 的开发使用 JAVA，IOS 的开发使用 Object-C。从开发成本上来说，APP 的开发成本应该是最大的，还要解决多平台的问题；H5 其次，H5 解决了跨平台的问题；因为微信为小程序提供了开发者工具，并且规范了前端开发标准，使得开发者上手快，所以虽为新生事物，但小程序开发的成本反而是相对较低的。

小程序之于 APP 最大的优势在于不用安装，即用即走；跟 H5 相比的优势在于体验较好，可以通过微信提供的接口调用更多系统或底层硬件的权限，譬如摄像头、话筒等。在其他方面，小程序并没有太大的优势，因此可以认为小程序是介于 APP 与 H5 之间的一个产品形态。我们可以通过分析小程序的使用场景来更加深入地了解它。

3. 小程序的使用场景

小程序有以下几种使用场景：

一是在微信使用界面里搜索，首次使用必须在微信主界面搜索，使用过小程序后在微信的“发现”菜单下会出现小程序的子菜单，这时可以在小程序列表界面进行搜索，需要注意的是搜索都是精确匹配的，不支持关键字模糊匹配，所以必须记住小程序的全名，否则是搜不出来的。

二是用户使用过小程序后可以将小程序显示于微信聊天顶部，这对高频应用来说方便了不少。在安卓终端上，用户甚至可以将小程序应用的快捷方式设置到手机桌面上，从手机桌面打开小程序就跟打开一个 APP 一样，跟微信原有的功能互不影响，两者之间可以自由切换。但是在苹果终端上，小程序无法设置桌面快捷方式，只能从微信里面启动小程序。

三是可以通过好友分享到微信群里面的小程序分享页直接打开小程序，这点跟分享公众号文章到微信群是类似的，

不同的是小程序只能分享到微信群，不能分享到朋友圈。

四是通过扫描线下小程序的二维码打开小程序。这种方法是微信最为推荐的小程序使用场景。小程序没有类似 APP Store 的小程序商店，没有统一的分发渠道，不能分享到朋友圈，不支持关键字搜索模糊匹配，微信对小程序的很多策略或是说很多限制可以说明，小程序最重要的也是最佳的使用场景不是在线上，而是在线下。正如张小龙在微信公开课里说的“希望小程序是通过一种用户触达的方式，当用户需要的时候触达到它，然后使用它，而不是不需要的时候推荐给他使用”。他也举了很多案例，基本上都是通过扫描线下实际应用场景中的二维码来启动小程序，譬如在汽车站立个二维码，乘客扫一下二维码就可以启动购票的小程序，免去排队烦恼——如是种种。

4. 小程序在媒体的应用

小程序是互联网上一个新的“端”，既然它的最佳使用场景是在线下，那么对于传统媒体来说，小程序是否可以替代传统媒体的 APP？可以在哪些地方使用小程序？小程序是否可以助力传统媒体的转型？

4.1 小程序会否取代传统媒体 APP

微信原本属于一个社交工具，长时间在微信上面使用小程序必然会降低它的社交工具属性，这显然是与微信的初衷相悖的，微信不会欢迎需要长时间运行的小程序。实际的使用过程中，在苹果手机上，从小程序回到微信的社交功能，必须要先关闭小程序。从用户体验上来看，长时间运行小程序也会给用户造成不小的困扰。因此，对于高频的，需要占用较长用户时间的应用，是不适合使用小程序的。微信对小程序“触手可及、即用即走”的产品形态定义，也说明小程序更适合低频的工具类产品。

传统媒体现有的 APP 以资讯阅读功能为主，对于这种几乎需要每天打开的 APP 来说，使用小程序反而显得繁琐。从苹果手机桌面进入到小程序应用，起码需要点击 2 次——打开微信、打开置顶的小程序应用，对于那些未置顶的小程序，则最少需要点击 4 次——打开微信、“发现”菜单、“小程序”菜单、应用。而打开 APP 仅需要点击 1 次即可。即使微信已经成为国内最高频的移动端 APP，刻薄一点，就算是在当前正在使用微信的情况下，除非用户刚好在聊天界面，那样可以方便地打开置顶的小程序，或是刚好在小程序列表页，否则从其他任何界面切换到一个小程序应用都不比按下手机“home”键后打开一个 APP 来得方便快捷。在手机硬件配置日益强大的现实条件下，如何更快捷方便地获得自己需要的信息已成为用户考虑的首要问题。虽然在安卓手机中，用户可以通过设置桌面快捷方式来解决这一问题，但在苹果手机中，这一问题尚没有好的解决方法。由此可见，对老用户而言，小程序的价值并不大。更何况，微信对小程序有 1M 的限制——打包发布的微信小程序代码不得超过 1M，以及单次请求数据、图片资源下载不得超过 1M。这极大地限制了用小程序实现一些相对复杂的交互功能，使得小程序在复杂功能的用户体验上更加难以与 APP 相比。说小程序能取代 APP，为时尚早。

4.2 小程序在媒体可能的应用方式

小程序尚不能取代 APP，那传统媒体在哪些地方可以使用小程序？还是需要从微信推荐的最佳使用场景来考虑——在线下使用场景中，有哪些地方适合传统媒体提供的小程序二维码？小程序作为一个类似网站的载体，除了直接提供服务外，还可以是一个推广的渠道。用户扫二维码——进入小程序获得信息——引导下载 APP，可能是一个不错的应用场景。“触手可及”的应用，是在用户需要它的时候，它就出现了。想像一下，关于内容资讯，我们在哪些场景下需要它。在上下班路上，在机场或是车站等待时……在小程序出现以前，新用户若是需要在这些场景下获得资讯，要么打开手机浏览器，要么是下载安装 APP，而现在，你可以用微信扫一下公交车座位后面、公交车站台上、机场候机厅的小程序二维码，就可以获得当天最新的资讯，当然，别忘了在资讯最后加上“如果您觉得我们的内容有价值，可以去下载 APP……”

在传统媒体里面放上小程序的二维码，也是一种可行的使用场景。当用户看完一篇文章时，还想看更多相关的信息或是想发表一下评论、感想，可以扫一扫；当用户看完某个产品的介绍时，想马上下单购买，可以扫一扫；当用户看完一篇公益报道，想马上支持一把，可以扫一扫；当你看完一个上市公司的调研报告，想了解一下它的股价，可以扫一扫；甚至于用小程序提供内容的片断，需要查看全部内容请支付——在用户需要的时候给他提供优质的服务，很难说用户会拒绝支付……这些应用场景，在小程序出现之前，也是可以做的。小程序的出现，为这些应用场景提供了一种更加便捷、更易于实现、表现形式更加丰富的一种手段。

3. 结语

不管怎么说，对于传统媒体而言，小程序只是众多分发渠道中的一个，起决定性作用的，依然还是品牌和产品（内容）。可以通过小程序来丰富自己的服务渠道，扩大自己的服务半径，也可以通过小程序来丰富自己的工具类产品，但寄望于小程序来做一次颠覆性的变革显得不太现实。微信在做小程序时显得极其克制——不能推送消息，没有小程序商店，不能分享到朋友圈，不能做游戏，只能精确搜索，和公众号相互独立……所幸的是传统媒体在对待小程序上也显得相当克制，并没有出现一哄而上的情形——到目前为止，上架了小程序的传统媒体屈指可数。在互联网浪潮中游泳，冷静和耐心显得极其重要。媒

参考文献

[1] 张小龙 . 张小龙首次全面阐述小程序 1 月 9 日上线 [K]. 微信公开课，http：//tech.ifeng.com/a/20161228/44523289_0.shtml.

[2] 何华康 .H5 技术：网络与新媒体的创新发展 [J]. 中国报业，2016（5）.

[3] 贾金玺，郭雪颖 . 纸媒“App 转型”热潮的冷思考 [J]. 网络传播，2013（3）.

[4] 辜晓进，李婷菊，叶愉 . 集团 APP 的兴起与报业转型自救 [J]. 新闻战线，2016（1）.

（作者单位：南方报业传媒集团南方舆情数据研究院）